



La marque employeur

Qu'est-ce-que la marque employeur ?

Il s'agit de **l'image dégageée par l'entreprise, par son identité, son histoire, et les valeurs qu'elle intègre**. La marque employeur est propre à chaque entreprise.

La marque employeur est une approche globale qui regroupe :

- Le processus de recrutement et la satisfaction des candidats (même refusés)
- Le management des salariés et le bien-être au travail
- La réputation de l'entreprise au travers des médias, des clients, des écoles, etc.



À quoi sert la marque employeur ?

Une marque employeur forte peut constituer un réel atout pour l'attractivité, la fidélisation, l'engagement et la motivation des collaborateurs. Par exemple, un candidat sera plus sensible à une entreprise ayant une marque employeur forte, répondant à de vraies valeurs, qu'à une entreprise ne dégageant aucune image ni valeur.

Les employés parleront positivement de l'entreprise aux autres collaborateurs, aux potentiels futurs collaborateurs, jusqu'à même recommander leur entreprise à leur entourage, ainsi qu'aux clients. Les collaborateurs auront davantage envie de s'engager au sein de l'entreprise, et de rester dans celle-ci. **Ces différents points permettent à l'entreprise de travailler des axes qui lui permettront de développer son activité, tant sur le plan de la production que sur son équipe.**



Comment définir sa marque employeur ?

3 étapes principales :

- Définir sa raison d'être : pourquoi l'entreprise a été créée ?
- Sa mission : quelles sont ses missions au quotidien ?
- Ses valeurs : quelles sont les valeurs que l'entreprise prône et met en place ?



Comment la mettre en place ?

Les conseils de la CPRIA :

La marque employeur se travaille autant en interne qu'en externe. L'entreprise doit donc veiller à ce que l'identité dégagée à l'extérieur soit cohérente avec la réalité interne de l'entreprise.

Pour cela, le chef d'entreprise doit se poser les bonnes questions :

- Quelles sont les problématiques que je rencontre régulièrement avec mes collaborateurs ?
- Qui sommes-nous ? Que défendons-nous ?
- À quoi ressemble le quotidien d'un collaborateur qui travaille ici ?

Le chef d'entreprise doit impérativement s'appuyer sur le ressenti de ses collaborateurs pour mener ce travail de fond.

Le déploiement de la marque employeur se fait tout d'abord en interne. Après avoir identifié les points forts et les points faibles de l'entreprise, des changements doivent être opérés. Il peut s'agir de repenser son processus de recrutement, de changer le système de communication entre les collaborateurs et la hiérarchie, repenser le système d'organisation en concertation avec l'équipe, etc. La qualité de vie au travail et la bonne ambiance au sein de l'entreprise font partie des principaux éléments de la marque employeur.

En externe, cela passe par exemple, par les réseaux sociaux, une campagne e-mailing, la création d'un site internet, par les avis clients, mais également par le discours des collaborateurs à l'extérieur de l'entreprise.